

Tarja Itävaara

ALOITTAVA YRITYSTOIMINTA KERAMIikka- JA TAIDE-
KEHYSTYSALALLA Case Tmi Kraami

"Kehystän ja muotoilen muistoja – en pelkästään taideteoksia"

Liiketalouden koulutusohjelma

2016

ALOITTAVA YRITYSTOIMINTA KERAMIikka- JA TAIDEKEHYS- TYSALALLA

Itävaara, Tarja
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu 2016
Ohjaaja: Lehtinen, Hannele
Sivumäärä: 41
Liitteitä: 1

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, yritystoiminta, kehystys, keramiikka

Opinnäytetyössä selvitettiin keramiikka- ja taidekehystysalalle aikovan yrityksen perustamiseen liittyviä asioita. Työssä arvioitiin erityisesti aloittavan yrityksen lähtökohtia, liikeideaa ja visiota, resursseja, yrittäjäosaamista ja kannattavuutta. Tavoitteena oli selvittää, onko aloittavalla yrityksellä kannattavuutta yrittäjän tulevaisuuden taloudellisen aseman turvaamiseksi.

Tutkimusmenetelmä oli laadullinen ja metodina käytettiin tapaustutkimusta. Teoreettisen viitekehyksen lähdeaineistona käytettiin kirjallisuutta ja digitaalisia lähteitä yrittäjyydestä, liiketoiminnan suunnittelusta ja yrityksen perustamisesta sekä keramiikka- ja taidekehystysalasta. Aloittavan yrityksen markkina-asemaa selvitettiin määrittelemällä asiakkaat ja yhteistyökumppanit. Kilpailijoita vertailtiin benchmarking-vertailun avulla ja riskien kartoittamisessa käytettiin SWOT-analyysiä.

Tuloksena tästä opinnäytetyöstä saatiin liiketoimintasuunnitelma, jonka perusteella keramiikka- ja taidekehystysalalla toimiva yritys voi olla taloudellisesti kannattava. Aloittavan yrityksen yritysmuodoksi valittiin yksityinen elinkeinoharjoittaja eli toiminimi, jonka toimitiloiksi tulevat sekä kivijalkamyymälä että verkkokauppa. Aloittavalla yrityksellä todettiin olevan hyvät mahdollisuudet menestyä ja saavuttaa tavoitteensa.

BEGINNING ENTREPRENEURSHIP IN THE CERAMICS AND ART FRAMING FIELD

Itävaara, Tarja

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Administration

May 2016

Supervisor: Lehtinen, Hannele

Number of pages: 41

Appendices: 1

Keywords: business plan, entrepreneurship, art framing, ceramic

The subject of the thesis was to investigate the ceramic and art framing company's establishment. The work was focused on the business starting-points, the business idea and the vision, resources, entrepreneurial excellence and profitability. The purpose was to find out the worth of the financial position of the future entrepreneur.

The research method was qualitative, and the methodology used in was the case study. As source material, used in the theoretical framework, consists of the literature and digital sources of entrepreneurship, business plans, and the establishment of the company, as well as ceramics and art framing fields. The new company's market position was clarified by defining the customers and partners. Competitors were compared with the help of benchmarking comparison and SWOT analysis was used for risk identification.

As a result, the thesis was a business plan, on the basis of ceramics and art framing company can be economically viable. The company will be established as a private trader, or that is to say business name, which will work spaces as well as a storefront and an online store. The company was found to be a good chance to succeed and reach the targets.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSMENETELMÄT.....	6
2.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimuskysymykset.....	6
2.2	Teoreettinen viitekehys.....	7
3	ALOITTAVAN YRITYKSEN LÄHTÖKOHDAT.....	9
3.1	Liikeidea.....	9
3.2	Visio.....	10
3.3	Toimitilat ja toiminta.....	12
3.4	Työvälineet.....	13
3.5	Yrittäjän osaaminen.....	13
3.6	Tuotteet ja palvelut.....	15
3.6.1	Taidekehystys.....	15
3.6.2	Keramiikka.....	16
3.7	Taloudellisuus, ekologisuus ja kestävä kehitys.....	19
4	ALOITTAVAN YRITYKSEN MARKKINOINTI.....	20
4.1	Asiakkaat.....	20
4.2	Yhteistyökumppanit.....	22
4.3	Kilpailijat.....	23
4.3.1	Kilpailijoiden benchmarking.....	25
5	ALOITTAVAN YRITYKSEN RISKIT.....	27
5.1	SWOT- analyysi.....	28
5.2	Tulevaisuuden näkymät.....	29
6	ALOITTAVAN YRITYKSEN TALOUDEN SUUNNITTELU.....	30
6.1	Investoinnit ja rahoitus.....	32
6.2	Kannattavuuslaskelma.....	34
7	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	35
	LÄHTEET.....	40
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Monipuolista ja tuottavaa yritystoimintaa pidetään hyvinvointiyhteiskunnan perustana. Suuri osa yhteiskunnallisesta kehityksestä tapahtuu yrityksissä ja jokainen kannattava yritys luo osaltaan hyvinvointia. Vähäistä liiketoimintaa harjoittava elinkeinonharjoittaja voi menestyä, jos yrittäjällä on tarpeeksi hyvä liikeidea ja maksavat asiakkaat. Yrittäjän täytyy nähdä mahdollisuutensa ja ymmärtää tarttua siihen – yrittäjä tarvitsee siinä luovuutta, innovatiivisuutta, aktiivisuutta ja vahvaa ammattiosaamista. Lisäksi yrittäjällä täytyy olla rohkeutta, halu tehdä paljon työtä ja ehkä pikkuisen onnea. (Viitala & Jylhä 2013, 10.)

Tässä opinnäytetyössä tarkastelen sitä, miten omasta harrastustoiminnastani voin luoda yritystoimintaa. Olen harrastanut taidekehystyksen ja keramiikkatöiden valmistamista useita vuosia, ja olen suunnitellut aloittavani yritystoiminnan niiden parissa. Yrityksen perustamisen tarkoituksena on itseni työllistäminen, työn tekemisestä nauttiminen ja henkinen hyvinvointi. Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää yritysideani ja visioni toimivuus aloittavassa yrityksessäni. Pyrin myös selvittämään, olisiko yritystoimintani kannattavaa, eli saisinko yritykselleni riittävästi asiakkaita. Etsin opinnäytetyöni avulla vastausta myös siihen, minkälaista kilpailua tällä toimialalla on ja miten voin yritystoiminnassani noudattaa minulle tärkeitä kestävän kehityksen periaatteita ja ekologisuutta. Tarkastelen myös yritystoiminnan aloittamiseen kohdistuvia riskejä, ja sitä, miten voin verkostoitua alan yrittäjien ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Rahoituslaskelmissa käsittelen tilannetta, jossa yritystoiminnallani ansaitsisin toimeentuloni.

Opinnäytetyö on laadulliseen tutkimusmenetelmään perustuva selvitys. Tutkimusmenetelmä on käytetty tapaustutkimusta, jota käytetään yleisesti liiketalouden opinnäytetyöissä ja jonka avulla voidaan esittää kehittämis ehdotuksia tutkimuskohteelle.

2 TUTKIMUSMENETELMÄT

2.1 Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella liiketoimintasuunnitelmaan sisältyviä kokonaisuuksia ja soveltaa niitä aloittavan yrityksen toimintaan. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, onko selvityksen kohteena oleva aloittava yritys kannattava perustaa, ja millaisia asioita aloittavan yrittäjän on erityisesti huomioitava yritystä perustettaessa. Tavoitteena on myös selvittää, onko opinnäytetyön laatijalla valmiuksia yrittäjäksi.

Opinnäytetyön tavoitteisiin pyritään seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

1) *Mikä on aloittavan yrityksen liikeidea ja visio?*

Mitkä ovat peruslähtökohtia, joita tulisi huomioida ja käsitellä? Miltä aloittavan yrityksen tulevaisuus näyttää?

2) *Millainen markkina-asema aloittavalla yrityksellä on?*

Kuinka aloittavasta yrityksestä saisi toiminnaltaan kannattavan?

3) *Mitkä ovat aloittavan yrityksen riskejä?*

4) *Mitä asioita aloittavan yrityksen talouden suunnittelussa pitää ottaa huomioon?*

Tämä opinnäytetyö on laadullinen eli kvalitatiivinen selvitys. Laadullisen tutkimuksen avulla pyritään kuvaamaan todellista elämää. Kohdetta tutkitaan kokonaisvaltaisesti ja selvityksen avulla pyritään löytämään ja paljastamaan tosiasioita ennemmin kuin todentamaan jo olemassa olevia totuuksia. Kvalitatiivisen tutkimuksen avulla tutkittava ilmiö voidaan teoreettisesti selittää. Tutkimukselle on tyypillistä, että kokonaisvaltainen aineisto kerätään tutkittavilta todellisissa vuorovaikutustilanteissa. Yhtenä tutkimuksen tarkoituksena on paljastaa odottamattomia seikkoja ja huomiota kiinnitetään tutkittavan näkökulmaan ja näkemykseen. (Hirsjärvi ym. 2007, 157–160.)

2.2 Tutkimusmenetelmät

Tässä opinnäytetyössä on käytetty tapaustutkimusta (*case study*), joka perustuu havaintoihin ja alkuperäisaineistoon ja pyrkii tuottamaan nykyajan ilmiöistä tarkkaa sekä intensiivistä tietoa todellisen elämän tilanteissa. Tapaustutkimuksessa käytetään useita eri tietolähteitä, mutta tutkimuksen ei tarvitse sitoutua teoriaan, vaan tutkia ja etsiä kokemusperäistä tietoa tapauksesta ja teoreettista tietoa kirjallisuudesta, vuorotellen ja lomittain. (Koskennurmi-Sivonen 2016.) Tapaustutkimus on hyvä vaihtoehto silloin, kun tutkimusongelma on laaja, vaikeasti hahmoteltavissa ja määriteltävissä. Tutkija voi itse osallistua tutkittavaan tapahtumaan tai tilanteeseen ja hän voi analysoida tutkimuskohdetta, kuten tässä opinnäytetyössä on tehty. (Eriksson & Koistinen 2005, 27.)

Tapaustutkimus on empiirinen tutkimus tämänhetkisestä ilmiöstä, jossa tutkimus toteutetaan sen luonnollisessa ympäristössä ja tutkimuksessa käytetään useita tietolähteitä. Tapaustutkimusta ei voida toteuttaa menneestä ilmiöstä, vaikka teoreettisessa viitekehyksessä käytetään aina aikaisemmin tapahtuneita ilmiöitä ja niistä kirjoitettuja dokumentteja. Tutkimuksen kohteena on tapaus (tai tapauksia), joka halutaan ymmärtää mahdollisimman hyvin. Tapaustutkimuksessa tutkimuskysymykset ovat muotoa miten, kuinka ja miksi. (Kananen 2013, 54.)

2.3 Teoreettinen viitekehys

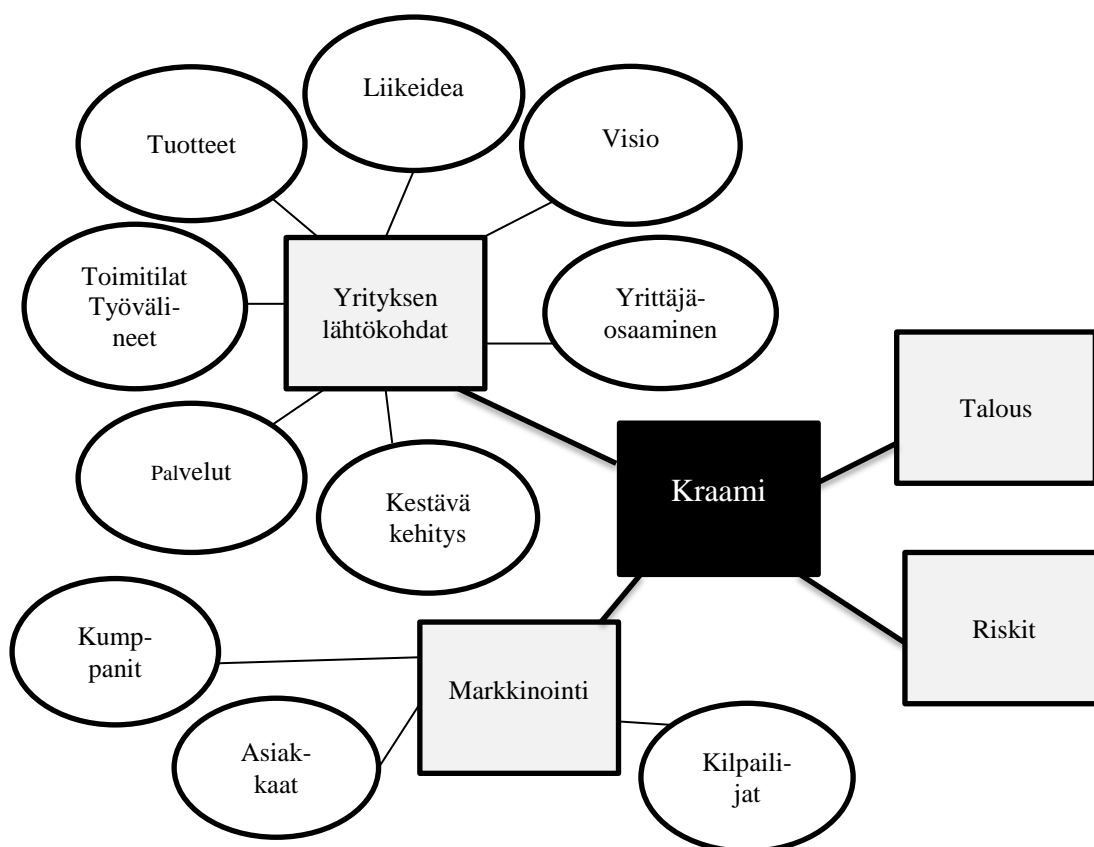
Teoreettisen viitekehyksen avulla rajataan ja muotoillaan tutkimusongelmaa ja laaditaan työn tutkimussuunnitelma niin, että saadaan vastaukset asetettuihin tutkimuskysymyksiin ja ongelmiin. Työn tutkimuskysymys ja teoreettinen viitekehys määritellään ennen tutkimuksen aloittamista. Teoriakehysten tarkoituksena on täsmentää ja tarkentaa työssä tutkittavia asioita. Kehyksen avulla tutkija voi rajata epäolennaiset seikat tutkimuksen ulkopuolelle. (Tilastokeskuksen [www-sivut](http://www.stat.fi) 2016.)

Tässä opinnäytetyössä käsittelen keramiikka- ja taidekehystysalan yrityksen perustamista ja tarkoitukseni on selvittää, mitä minun täytyy ottaa huomioon ennen yrityksen perustamista ja millaisia haasteita minulla on odotettavissa heti perustamisen jäl-

keen. Jotta tämä selvitys olisi mahdollista suorittaa, täytyy minulla olla riittävästi teoriapohjaa työssäni. Teoreettisen viitekehysten avulla yritän löytää vastauksia näihin kysymyksiin. Tarvittavan teorian olen kerännyt kirjallisuudesta ja erilaisista, luotettavista Internetlähteistä.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys perustuu aloittavan yrityksen peruslähtökohtien selvittämiseen. Ensin tarkastelen liikeideaa ja visiota ja pohdin aloittavan yrityksen toimitiloja, työvälineitä sekä omaa osaamistani keramiikka- ja taidealalla. Tuotteiden ja palvelujen käsittelyssä yhtenä näkökulmana on taloudellisuus, ekologisuus ja kestävä kehitys. Sitten käsittelen aloittavan yrityksen markkinointia, johon sisältyvät asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden selvittäminen. Käsittelen myös toimialan kilpailutilannetta sekä lahjatavara- ja sisustustuotteiden kilpailukykyisyyttä ja kysyntää. Kilpailijoita tarkastelen benchmarking-vertailun avulla. Riskejä pyrin kartoittamaan SWOT-analyysin kautta ja yritän löytää keinoja, joiden avulla aloittava yritys voi suojautua riskeiltä. Lopuksi tarkastelen aloittavan yrityksen taloutta ja laadin alustavat investointi-, rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat.

Opinnäytetyössä ei käsitellä yritysmuodon valintaa, eikä yrityksen perustamisilmoitusta ja sen sisältöä. Työhön ei ole sisällytetty erilaisia julkisen sektorin avustuksia ja tukia, joita yritys voisi mahdollisesti hakea ja saada. Opinnäytetyössä ei laadita markkinointisuunnitelmaa. Seuraavassa kuviossa 1 on aloittavan yrityksen teoreettinen viitekehys.



Kuvio 1 Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys.

3 ALOITTAVAN YRITYKSEN LÄHTÖKOHDAT

3.1 Liikeidea

Liikeidea kiteyttää aloittavan yrityksen liiketoimintasuunnitelman vastaamalla kysymyksiin mitä, miten ja kenelle, ja kaikki tämä sisältää ne yritystoiminnan suunnitelmat, joita yritystoiminnan menestyksen varmistamiseksi on tehtävä. (Hesso 2015, 12, 24).

Tässä opinnäytetyössä käsiteltävän aloittavan yrityksen kotipaikka on Sastamalan Mouhijärvellä. Liikeideaa selvittäessäni pohdin liiketoimintani lähtökohtia, kuten sitä, että olisiko yritykseni kivijalkaliike vai verkkokauppa. Lisäksi pohdin sitä, pyrkisinkö yritystoiminnallani työllistämään vain itseni, jolloin turvautuisin vain omaan osaamiseeni, vai olisiko yritykselläni tarkoituksena työllistää myös muita ja tavoitella suuria liikevoittoja.

Pohdintojeni jälkeen päätin valita yritysmuodoksi yksityisen elinkeinoharjoittajan eli toiminimen, koska se on helppo ja yksinkertainen perustaa. Näin ollen aikomukseni on työskennellä yksin ja kantaa myös yksin taloudellinen vastuu yritystoiminnastani. Perustan Mouhijärvelle pienen kivijalkaliikkeen ja tarjoan tuotteitani sekä palvelujani myös verkkokaupan avulla. Verkkokaupan perustamisessa käytän asiantuntijaa, mutta muuten uskon, että minulla on tarvittava tietotaito ja selviän päivittäisestä verkkomyynnistä. Vaikka haluan työskennellä yksin, haluan kuitenkin useita yhteistyökumppaneita liiketoiminnan eri alueilta. Franchising-liiketoimintaketjun mahdollisuuksia en halua yritystoiminnassani käyttää. Pyrkimykseni on siis yksinkertaisesti vain työllistää itseni tämän aloittavan yritykseni liiketoiminnan avulla.

Liikeideani perustuu siihen, että perustettava yritykseni, *Tmi Kraami* (myöhemmin pelkkä Kraami), on matalan kynnyksen kehysliike ja taidekehystämö sekä savipaja. Idea lähti liikkeelle siitä ajatuksesta ja käytännön näkökulmasta, että meillä kaikilla on piirustuksia, maalauksia, käsitöitä, valokuvia tai muita muistoja, jotka ansaitsevat tulla näkyville. Kraami on yritys, jonka avulla nämä teokset saavat mahdollisuuden loistaa – kehystettyinä. Haluan käsitellä kaikki asiakastyöni arvokkaasti. Kehystän ne turvallisesti, laadukkaasti ja ammattitaidolla.

Kehysliikkeeseen ja taidekehystämöön liittyvien töiden lisäksi Kraamissa on savipaja. Pajassa valmistan keramiikkaa ja myyn keramiikan polttopalvelua. Olen ajatellut, että myöhemmin voin ohjata keramiikka- ja kehystyskursseja. Kursseja en voi heti tarjota, koska työskentelytilani ovat liian pienet, joten suunnittelen kurssit sitten vasta, kun voin ne toteuttaa. Haluan pitää liiketoimintasuunnitelmani ja liikeideani sillä tavalla avoinna, että voin ottaa vastaan myös muuta käsitöihin liittyvää valmistusta.

3.2 Visio

Vision avulla luodaan kuvaa yrityksen tulevaisuudesta ja siitä selviää, mikä on yrityksen tavoite, johon toiminnalla pyritään. Vision on oltava yksinkertainen ja selkeä, jotta siitä on apua yrittäjälle itselleen ja se on helposti ymmärrettävissä myös ulkopuolisen silmin. Vision avulla yrityksen johto voi motivoida työntekijöitään. (Hesso 2015, 27.)

Omaa visiotani matalan kynnyksen kehysliikkeestä, taidekehystämöstä ja savipajasta olen pohtinut pitkään ja perustelen sitä tässä seuraavaksi. Taidekehystämöiden lukumäärä Suomessa on vähentynyt, koska kuluttajat ostavat standardoituja valmiskehyksiä. Edulliset kehykset kuuluvat valokuvaamojen sekä monen vähittäiskaupan tuotevalikoimiin ja ne tuodaan yleensä halpatuontimaista. Kehystettävät työt laitetaan huolettomasti näihin valmiskehyksiin ja sijoitetaan jotenkin. Karu totuus paljastuu melko nopeasti – kehystetty työ on pilalla, tai kehyksen liitokset aukeavat. Kun kuluttaja vie työnsä ammattikehystäjälle, niin kehystäjä huolehtii siitä, että kehystettävän työn värit säilyvät kirkkaina, eivätkä tartu lasiin tai imeydy taustakartonkiin. Lisäksi taidekehystämöstä asiakas saa neuvot ja ohjeet työn huollosta ja sijoittamisesta niin, että esimerkiksi auringonvalo ei sitä vahingoita.

Minusta on tärkeintä ymmärtää, että jokainen kehystettävä työ on yhtä arvokas ja liikeideani tarkoituksena on pysyvän muiston lisäksi taideteoksen arvon säilyttäminen. Tänä päivänä kehystetään paljon muistoja – ei pelkästään taideteoksia. Kehystää voi pienokaisen ensimmäiset kengät tai peliuran viimeisen pelipaidan, hääkimpun tai muusta elämän kohokohdasta säilytettäväksi halutun muiston. Kuvassa 1 on kehystettynä lapsen öljyvärityö, joka ei ole arvokas, mutta muistona korvaamaton.



Kuva 1 Pöllö, kuusi ja kuu. A. Itävaaran (6 v.) öljyvärityö. (Itävaara 2016.)

Keramiikkatuotteeni ovat pääasiassa käsin muotoiltuja, uniikkeja eläinaiheisia pienoispatsaita ja käyttötavaroita. Haluan suunnitella ja valmistaa sellaisia humoristisia esineitä, jotka ilahduttavat saajaansa ja saavat hyvälle tuulelle.

3.3 Toimitilat ja toiminta

Aloittavan yrityksen, Kraamin toimitilat sijaitsevat omakotitalossani, jossa liiketiloille on oma sisäänkäynti ja taloni edessä on riittävän suuri piha asiakaspysäköintiä varten. Rakennuksen osittainen käyttötarkoituksen muutos asuintilasta liiketilaksi on rakennusvalvontaviranomaisen mukaan mahdollista. Muutoksesta ei aiheudu kenellekään vaaraa, eikä kotini ole historiallisesti arvokas rakennus. Kehyslistavaraston saan kodin varastotilaan. Tontilta on toinen tieliittymä suoraan varaston ovelle ja listat on helppo purkaa kuljetusliikkeen autosta suoraan varastoon.

Yritystoimintani alussa voin sijoitella eri työpisteitä ympäri suurta omakotitaloani. Myyntitilassa on kehys- ja paspamallit (paspaturit), myytäviä keramiikkatuotteita, kehysten kasauskone, paspaleikkuri ja lasinleikkauspiste. Lisäksi myymälässä täytyy olla pieni tila savitöiden viimeistelyä varten. Viimeistely on melko siistiä työtä ja sitä voi tehdä melkein missä vain.

Lasi, kehyslistat, savi, polttouunit ja lasitteet vaativat jokainen oman erityishuomionsa. Lasinsirpaleet tekevät lähtemättömiä koloja paspapahviin ja lasin joutuminen tuoreen saven joukkoon rikkoo esineen jo raakapoltoissa. Kuiva savipöly tai kostea savi sotkee kehyslistat. Savi poltetaan keramiikaksi vähän alle tai vähän yli 1000 °C lämpötilassa, joten polttohuoneen lämpötila saattaa nousta korkealle. Uunihuoneessa täytyy olla hyvä ilmastointi ja paloturvallisuudesta on huolehdittava. Kehyslistoja ei saa missään tapauksessa säilyttää kuumassa tilassa, tai ne vaurioituvat. Lasitteet ovat erittäin hienoa jauhetta. Lasitejauhe sekoitetaan veteen ja saadaan nestemäinen liuos, jolla tuotteet käsitellään ennen polttoa. Lasitteet ovat käytännössä myrkkyyä, joten niitä ei voi käsitellä myyntitilassa. Lisäksi poltossa vapautuu kemikaaleja, jotka ovat suuressa määrin vähintään terveydelle haitallisia, joten uunia ei voi sijoittaa työskentelytilan yhteyteen. (Itävaara, henkilökohtainen tiedonanto 22.4.2016.)

Minulla on vanha varastohuone, jossa voin aluksi polttaa ja lasittaa tuotteeni. Mekaanisen ilmanvaihdon takia työt poltetaan pääasiassa yöllä. Varastossa on betonilattia ja uunin ympärillä on riittävästi tyhjää, paloturvallista tilaa. Lasitukset minun täytyy tehdä tässä samassa huoneessa. Lasitteiden haitallisuuden takia niiden käsittely edellyttää hengityssuojainten sekä suojakäsineiden käyttöä. Varastossa ei ole vesipis-

tettä ja tilaan tarvitaan sen lisäksi myös viemäröinti. Viemäriin täytyy liittää suodatin, sillä lasitteita ei voi huoletta laskea jäteveden mukana runkoviemäriin.

Dreijaa varten on minulla oma tila ja samassa huoneessa voin valmistaa ja kuivata kaikki savituotteeni sekä tehdä kipsimuottini. Tilassa on lattiakaivo. Siivoaminen onnistuu, mutta ongelmana on se, että tila on pieni ja kipsijauhe ja savimassa täytyy pitää erillään toisistaan.

3.4 Työvälineet

Aloittava yritykseni Kraami tarvitsee kehyslistavarastoon paineilmalla toimivan listaleikkurin. Paineilmakompressorin hankin uutena, mutta hyvän listaleikkurin voin ostaa käytettynä. Minulla on mekaaninen leikkuri, mutta tiedän, että investointi kannattaa. Kun hankala ja niveliä kuormittavaa leikkurin polkemista ei tarvitse tehdä, niin sairauspäiviä ei tule ja työteho säilyy hyvällä tasolla. Omistan kehystystyössä tarvittavat kasauskoneen ja paspaleikkurin sekä pienet kehystystyökalut ja työskentelytasot töiden käsittelyä ja lasin leikkaamista varten. En aio hankkia alumiinilistaleikkuria, koska alumiinilistaa käytetään vähän. Tarvittaessa voin ostaa haluamani pituiset, valmiiksi leikatut listat yhteistyökumppanilta.

Savipajassa tarvittavat työkalut ja laitteet minulla on. Alkuvaiheessa tarvitsee investoida vain yhteen raku-uuniin. Minulla on yksi keramiikkauuni töiden raaka- ja lasituspolttoon. Yritystoiminnan alussa yksi uuni on riittävä, mutta polttopalvelun kysyntä ratkaisee lisäuunin tarpeen.

3.5 Yrittäjän osaaminen

Yrityksen menestyminen riippuu yrittäjän osaamisesta, ammattitaidosta sekä onnistuneesta yritysideoista. Yrityksen pyörittämiseen ei riitä yrittäjävalmiuksien ja riskien tunnistaminen, vaan siihen tarvitaan myös johtamista, taloushallintoa, markkinointia, asiakaspalvelua ja varsinaista tuotantoa. Monipuolinen tietotaito on hyödyksi, mutta kaikkea ei tarvitse osata itse tehdä. Osaamista voi aina ostaa toiselta yrittäjältä ja

verkostoituminen on yksi tapa laajentaa tietoja ja taitoja. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 6.)

Taitoliiton yrittäjäkyselyn mukaan käsityöalan yritysten tärkeimmät menestystekijät liittyvät korkeaan laatuun ja sen valvontaan, yrittäjän persoonaan ja yrityksen kykyyn erottautua kilpailijoista. Seuraavilla sijoilla ovat kestävät materiaalit, toimitusvarmuus, tuote- ja palvelukehitys sekä muotoiluosaaminen eli design. (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry. TaitoGroup. 2015, 7.)

Olen koulutukseltani tuotteen suunnittelun ja valmistuksen artesaani, yo-merkonomi ja pian valmistuva tradenomi. Taidekehystystä olen opiskellut Teuvan aikuiskoulutuskeskuksessa ja olen työskennellyt Räikkälän Taide- ja kehysliikkeessä Kankaanpäässä sekä Tampereen Taidetalossa. Tuotteen suunnittelun ja valmistuksen artesaanimiksi valmistuin Kankaanpään Opistosta jouluna 2015. Opistossa tutustuin monipuolisesti erilaisiin käsityötekniikoihin sekä materiaaleihin.

Minulla on pitkä kokemus käytännön taloushallinnosta. Osaan hoitaa yrityksen kirjanpidon, laskutuksen sekä reskontran. Olen ollut perustamassa työosuuskuntaa ja olen toiminut Osuuskunta Kankaanpään Taitotiimin toimitusjohtajana sekä kirjanpitäjänä, joten minulla on näkemystä ja kokemusta yrityksen markkinoinnista, yhteistyökumppanien hankinnasta ja myyntityöstä.

Tarkoitukseni on tulevaisuudessa suorittaa kehystysartesaanin opinnot Lahden käsi- ja taideteollisessa oppilaitoksessa. Opiskelun voi suorittaa monimuoto-opiskeluna yrittäjän oppisopimuksella. Koulutuksen jälkeen osaan valmistaa kipsikehykset, lyöä kultauksen ja saan ammattitaitoa ja osaamista arvokehysten konservoimiseen.

Keramiikka on pitkään ollut harrastukseni ja lisäkoulutukseen on mahdollisuus Hämeenlinnan ammattikorkeakoulussa, jossa voi suorittaa keramiikan alan muotoilijan tutkinnon. Minulla on palava halu tehdä töitä käsilläni ja riemukseni totesin, että osaan kehystää ja savi muotoutuu käsissäni haluamallani tavalla.

3.6 Tuotteet ja palvelut

3.6.1 Taidekehystys

1800-luvun alussa kultakehyksisiä tauluja oli linnoissa, suurtiloilla ja kartanoissa. Varakkaamman väen keskuudesta nämä ylellisyystavarat levisivät alempiin yhteiskuntaluokkiin, porvareiden ja talonpoikien koteihin vasta kun öljypaino yleistyi. (Mårtensson 2002, 9.) Öljypainossa oli mahdollista valmistaa halpoja kopioita öljyväreistä.

Kehys ei ainoastaan suojaa kuvaa, vaan tuo sen esiin taustasta ja rauhoittaa kuvan ympäristöä. Kehys ei saa herättää liikaa huomiota, vaan sen pitää sopia ympäristöönsä sekä kuvan tyyliin ja väriytykseen. Kehystämisen tarkoituksena on saada kehystettävä työ paremmin esille ja suojata sitä. Nykyään kehyksiin laitetaan erilaisia kolmiulotteisia esineitä, jotka halutaan toisaalta kauniisti näkyville ja toisaalta suojaan lasin alle. (Opas 2010, 89.)

Vuosien kuluessa olen saanut harrastukseni kautta oppia, että kehystäminen edellyttää tietämystä väriopista ja sen lisäksi värien vaikutuksista meihin jokaiseen. Ei ole oikeita tai vääriä värejä, mutta väreillä on valot ja varjot ja niillä on ominaisuuksia sekä sävyjä, joiden tunnistaminen helpottaa ymmärtämään itseämme ja toisiamme. Värien myönteiset vaikutukset voivat vahingossa kääntyä vastakkaiseksi, jos ei tiedä värien symbolista merkitystä. Eri kulttuureissa värejä käytetään eri tavalla.

Kehyslistan profiililla on myös merkitystä. Maisemataulut kehystetään poikkileikkaukseltaan erilaisella listalla kuin muotokuvat. Vaikka kehys valitaan kehystettävään työhön, ei saa unohtaa paikkaa, minne työ ripustetaan. Esimerkiksi tapetin väri tai huoneen käyttötarkoitus tai ikkunoiden sijainnit voivat olla ratkaisevan tärkeitä seikkoja, kun kehystämistä suunnitellaan. Eri tyyliuuntien piirteet ja ajanjaksot on tiedettävä. Talonpoikaiskalusteilla sisustettuun huoneeseen ei ehkä kannata ripustaa Pablo Picasson abstraktia maalausta, joka on kehystetty erittäin koukeroisella ja kultavärillä maalatulla listalla.

Voin todeta alalta yleisesti, että kehystäminen on tarkkaa työtä. Listat leikataan millilleen oikean pituisiksi ja oikeaan kulmaan. Lasin ja pahvien koko mitataan myös millimetrin tarkkuudella. Kehyksen kasauksessa täytyy tietää mitä tehdään ja missä järjestyksessä. Nykyään kehystetään paljon vanhoja tekstiilejä ja kanavatöitä. Jos mieli muuttuu ja aikoinaan kehystetystä pitsiliinasta haluaa valmistaa vaikka kehyskukkaron, niin liina pitäisi saada vahingoittumattomana irti kehyksistä. Normaalin kehystystyön lisäksi teen yrityksessäni pingotukset, vitriinit ja peilien kehykset. Lisäksi valikoimaan kuuluvat valmiit sisustustaulut. Kehystämisessä käytän happovapaita materiaaleja ja teen työn kokonaan käsityönä.

3.6.2 Keramiikka

Savenvalajat lienevät ensimmäisiä käsityöläisiä. Jerikon läheltä Palestiinasta on löydetty 6000-luvulle eaa. sijoittuvia savesta muovailtuja ihmis- ja eläinhahmoja sekä maljoja ja vateja ja jo 3000-luvulla eaa. on käytetty dreijaa. Samalla vuosituhannella Egyptissä keksittiin lasitteen käyttö ja kokonaisia ajanjaksoja, kuten nauhakeraaminen tai geometrinen kausi, on nimetty keraamisten koristeiden mukaan. Maailman vanhin kirjoitus noin 3200 eaa. on löydetty savitaulusta Urukista Kaksoisvirranmaan eteläosasta. (Wallner 1991, 9.)

Korkeapolttoista keramiikkaa kutsutaan kivitavaraksi. Kivitavaramassoja on erilaisia, mutta ne kaikki sisältävät useita savilaatuja, mineraaleja, hiekkaa ja samottia, eli poltettua ja murskattua savea. Nimensä mukaisesti kivitavarasavi muuttuu korkeassa polttolämpötilassa, noin 1200 – 1300 asteessa, tiiviiksi, kovaksi ja painavaksi kuin kivi. Korkeapolttoinen keramiikka kestää kovaa kuumuutta ja kylmyyttä. Tuotteet kestävät ulkona ympäri vuoden. Lisäksi korkeapolttoista keramiikkaa voi käyttää elintarvikekäytössä, jos lasitteena on käytetty elintarvikelasitetta. (Mattison 2003, 21.) Fajanssi ja posliini ovat korkeapolttoisia massoja, joita käytetään pääasiassa keraamisessa teollisuudessa. Posliini vaatii erittäin korkean polttolämpötilan, 1250–1350 astetta. (Salminen 2011, 12.)

Matalapolttoiset keramiikkaesineet ovat yleensä koristeita tai muita tuotteita, jotka eivät ole elintarvikkeiden kanssa kosketuksissa. Matalapolttoinen savitavara on hau-

rasta, ja se halkeaa helposti pakkasessa, kun esineeseen imeytynyt vesi laajenee jäätyessään. (Mattison 2003, 23.) Maasavet, esimerkiksi suomalainen punasavi, ovat matalan polton massoja, eli niiden polttolämpötila on noin 1100 astetta. Suomen maaperässä ei ole korkean polton savea. Maasavesta valmistetut esineet kutistuvat poltoissa melko paljon ja vielä lasituspolton jälkeen keramiikka on huokoisia ja päästää melko helposti kosteutta lävitseen. (Salminen 2011, 12.)

Savesta käsin muotoilemiseen voidaan käyttää kolmea perustekniikkaa: nipistely-, levy ja makkaratekniikat. Nipistelytekniikassa aloitetaan savipallosta ja sitä nipistellään haluttuun muotoon. Levytekniikassa savi kaulitaan ja työ rakennetaan levyistä savilietteen avulla. Makkaratekniikassa liitetään savimakkaroitu yhteen. (Ros i Frigola 2008, 50–70.)

Keraamiset tuotteet muotoilen pääasiassa käsin ja poltan joko korkea- tai matalapoltossa. Käytän Kraamissa myös valusavea, eli nestemäistä savilietettä ja valmistan valua varten kipsimuotteja. Valusavesta teen erilaisia, selkeämuotoisia astioita, kuten lautasia ja mukeja. Näitä astioita voi muotin avulla valmistaa pieniä sarjoja. Mallistoon kuuluvat myös dreijatut tuotteet. Dreijalla tehdään pyöreitä muotoja ja tekniikka on melko vaikea. Savenvalajalta saattaa mennä vuosia, ennen kuin onnistuu yhtenäisen muodon toistamiseen. Taitava dreijaaja valmistaa nopeasti useita mukeja, lautasia tai purkkeja, jotka ovat samanmuotoisia, näköisiä ja kokoisia. (Mattison, 2003, 64.)

Savi muuttuu poltossa keramiikaksi. Savi sintrautuu, eli sen mineraalit muuttuvat kiinteiksi ja sulautuvat yhteen. Valmis keramiikkaesine poltetaan yleensä kaksi kertaa; ensimmäistä polttoa sanotaan raakapoltoksi ja toinen on lasituspoltto. Keramiikan polttouuneja on erilaisia; sähkö-, kaasu- ja puulämmitteisiä uuneja. Keramiikkaa voi raakapolton jälkeen savustaa pöntöissä, raku-uuneissa tai jopa maakuopissa. Keraamikko tietää, mitä lasitetta käytetään vai jätetäänkö tuote lasittamatta, missä lämpötilassa tavara poltetaan ja miten uuni täytetään, sekä mitä uunia käytetään. (Mattison 2003, 189–191.)

Haluan pitää oman yritykseni Kraamin eli matalan kynnyksen kehysliikkeen, taidekehystämön ja savipajan helposti saavutettavana ja arkisena paikkana. Kehystettävi-

en asiakastöiden lisäksi yritykseni valikoimissa on jonkin verran valmiita peilejä, sisustustauluja ja vitriinejä. Mahdollisesti otan myöhemmin myyntiin taidetarvikkeita sekä papereita, lankoja ja askartelutarvikkeita.

Aloittavan yritykseni Kraamin keramiikka on lähinnä lahjaesineitä. Näiden lisäksi teen erilaisia tilaustöitä. Olen onnistunut muotoilemaan mallin näköisiä koiria, kissoja ja muita elukoita. Erilaiset, suunnittelemani humoristiset eläinfiguurit ovat yritykseni päätuotteita, joista esimerkkinä kettu-figuurit seuraavassa Kuvassa 2.



Kuva 2 Korkeapolttoiset ketut. (Itävaara 2016)

Rakukeramiikassa kuuma, poltettu esine savustetaan palavassa materiaalissa, kuten sahanpurussa tai paperisilpussa ja sen jälkeen työ jäädytetään nopeasti kylmässä vedessä tai lumessa. Obvara on vanha itäeurooppalainen rakupolttotekniikka. Työt raakapoltetaan ja sen jälkeen lasittamattomat työt kuumennetaan ulkona rakukeramiikkauunissa. Tämän jälkeen ne kastetaan pääasiassa vedestä ja vehnäjäuhosta käyttämällä valmistettuun obvara-lietteeseen. Lopputuloksena saadaan ruskeankirjavia ja uniikkeja töitä. Työt eivät ole vedenpitäviä, eivätkä sovellu elintarvikeastioiksi. (Ceramic Arts Daily 2014.) Seuraavissa Kuvissa 3–6 on keramiikkakulho obvaramenetelmän loppuvaiheissa.



Kuvat 3–6 Keraamisen kulhon kastaminen Obvara-lietteeseen. (Itävaara 2015)

Olen kehystänyt keramiikkaani vitriinikehyksiin. Tarkoitukseni on myös valmistaa koruja ja taloustavaroita. Malliston suunnittelu on työn alla. Myymälässäni voin hyödyntää vuodenkiertoon kuuluvat sesongit; joulun ja pääsiäisen, toukokuun lopun ja juhannuksen. Lisäksi voin tarjota lahjat niin hääpareille kuin vastasyntyneille. Keramiikkaani tulen esittelemään pääasiassa kotisivujen ja nettimyymälän avulla.

3.6.3 Taloudellisuus, ekologisuus ja kestävä kehitys

Elinvoimainen, menestyvä, kannattava ja kilpailukykyinen yritys toimii ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävällä tavalla. Yritys parantaa jatkuvasti resurssitehokkuuttaan ja minimoi toimintansa kielteiset ympäristövaikutukset. Jokaisen yrityksen on itse määriteltävä, mitä vastuullisuus tarkoittaa ja edellyttää sen toiminnassa. Suuryritysten lisäksi yhä useampi pk-yrityksistä raportoi sidosryhmille yritysvastuutyönsä edistymisestä. (Elinkeinoelämän keskusliiton [www-sivut](http://www.sivut) 2016.)

Taloudellisesti vastuullinen yritys huolehtii myös pitkän tähtäimen kannattavuudestaan ja kilpailukyvystään. Jos yrityksen talous ei ole kunnossa, se ei kykene huolehtimaan sosiaalisesta tai ympäristövastuustaan. (Elinkeinoelämän keskusliiton [www-sivut](http://www.sivut) 2016.)

Kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti toimiva yritys on taloudellinen ja ekologinen. Vastuun ottaminen oman yrityksen toiminnan vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan ja yrityksen sidosryhmiin on kilpailutekijä, joka vaikuttaa yrityksen maineeseen ja menestykseen. Ympäristöystävälliset teot ja viestintä vahvistavat yrityksen hyvää mainetta ja ne kertovat yrityksen toteuttavan kestävää kehitystä. Hyvämaineinen yritys saa helpommin hyviä työntekijöitä, asiakkaita, rahoittajia ja sidosryhmiä. Yrityksen tulee kantaa taloudellinen vastuu, ympäristövastuu sekä vastuu ihmisistä. Kun nämä kolme aluetta ovat tasapainossa, yritys toimii eettisesti oikein ja toteuttaa toiminnallaan kestävää kehitystä. (Energiateollisuuden www-sivut 2016.)

Aloittavassa yrityksessäni Kraamissa pyrin toteuttamaan kestävän kehityksen periaatteita. Kraamille ei tule kehystämön ja savipajan tiloista vuokratuloja ja liikkeessä myytävien taulujen kehysmateriaalin yritykseni saa yhteistyökumppaneilta lähes ilmaiseksi. Tilaan useista kehystystarviketukuista tarvikkeita, tarjouksia seuraten ja sopivasti kilpailuttaen. Lisäksi tuotan itse eli ilman välikäsiä, Italiasta ja Venäjältä listamateriaaleja sekä mahdollisesti myös Kiinasta. Käytän Kraamissa erilaisten puu- ja muovilistojen lisäksi alumiinilistaa. Kraami huolehtii jätteidensä lajittelusta ja toteuttaa järkevää sekä säästäväistä energiankulutusta.

4 ALOITTAVAN YRITYKSEN MARKKINOINTI

4.1 Asiakkaat

Kaupankäynnin edellytys on maksava asiakas. Oikea kohderyhmä on vakuutettava ja saatava kiinnostumaan yrityksen myynti- ja markkinointiosaamisesta. Pienen yrityksen tärkein toimenpide on saada asiakkaat kustannustehokkaasti tietoisiksi myynnissä olevista tuotteista. (Sekki & Niemi, 2016, 163.)

Markkinoinnin tehtävänä on lisätä myyntiä ja parantaa kannattavuutta, tunnistaa asiakkaat ja herättää heissä ostohalukkuutta. Markkinoinnin avulla erottaudutaan kilpailijoista, kehitetään uusia tuotteita sekä luodaan ja ylläpidetään kanta-asiakassuhteita. Onnistunut markkinointi voi lisätä liikevaihtoa ja parantaa tulosta ja näiden lisäksi

vielä kasvattaa markkinaosuutta tai -asemaa. Markkinoinnin avulla voi välittää myös yhteiskunnallista viestiä, esimerkiksi kestävän kehityksen toteutumista yrityksessä. (Yritys-Suomen www-sivut 2016.)

Menestyäkseen yritys tarvitsee vähintään yhden hyvän tuotteen, jonka asiakkaat haluavat ostaa, mutta markkinoinnissa on kyse asiakkaista. He haluavat ratkaista omia ongelmiaan ja sen vuoksi hankkivat erilaisia tuotteita ja palveluja joista on heille hyötyä. Internetin avulla voi hyödyn ympärille rakentaa tarinan ja tarinan pohjalta rakentaa markkinoinnin joka yhdistää ratkaisua etsivät asiakkaat ja markkinoijan tarjoaman ratkaisun. (Juslén 2009, 72.)

Omien kotisivujen tai sosiaalisen median avulla voi tehostaa markkinointia. Esimerkiksi Facebookissa tavoittaa helposti siellä toimivat kohderyhmät ja yritys puolestaan on helposti tavoitettavissa. Sosiaalinen media on kustannustehokas markkinointikanava ja helppo tapa kohdata asiakas. Virtuaalisia sivustoja on myös ylläpidettävä ja noudatettava hyvää markkinointitapaa ja lainsäädännön vaatimuksia. (Yritys-Suomen www-sivut 2016.)

Verkkokauppa voi olla yksi Internet-sivu, jossa on kerrottu tietoja myytävästä tuotteesta ja tapa, miten voit ostaa tuotteen sähköisesti. Tilaus ja sen vahvistus voidaan tehdä sähköpostitse. Verkkokaupan idea on se, että tuotteen löytäminen, tutkiminen, ostaminen ja oston vahvistaminen voidaan tehdä verkossa ja etäkauppana. (Vehmas 2008, 4.)

Kraamin kivijalkamyymälän asiakkaat ovat lähialueelta, Sastamalan seudulta. Asiakkaat eivät välttämättä pidä yritykseni sijaintia huonona, vaikka se ei sijaitse aivan liikekeskuksessa. Yritykseni pääasiakkaita ovat muistoihinsa kehyksiä tarvitsevat, lahjatavaroiden ostajat ja yritykset, jotka haluavat antaa liikelahjoja ja työntekijämuistamisia. Kraami haluaa tavoittaa lähiympäristön perheet; vanhemmat ja isovanhemmat, kaikki ne jotka haluavat säilyttää lastensa ja lastenlastensa varhaisia piirustus- ym. töitä, perhevalokuvia ja perheeseen hankittuja taideteoksia.

Sastamalan alueella on paljon käsitöiden tekijöitä ja taiteen harrastajia, ja heidän tuote- ja kehystystarpeensa ovat Kraamille tärkeitä tyydyttää. Yrityksessäni palvelen

myös taiteilijoita, alueen yrityksiä ja julkisia laitoksia, kun he haluavat taidettaan kehystettäväksi. Internetin avulla on helppo tavoittaa lemmikkieläinten omistajia. Tätä kanavaa voin käyttää eläinfiguurien markkinoinnissa. Lisäksi netissä liikkuu paljon sisustuksiin ideoita metsästäviä ja uskon saavani asiakkaita myös puutarhaan tai ulos tarkoitetuille patsaille ja muille tuotteille.

Yritykseni asiakkaita voivat olla myös eri yhteisöt, kuten kansalaisopisto. Voin opettaa valmiiksi suunnitelluilla kursseilla keraamisten töiden valmistamista ja kehystämistä, jos yhteistyökumppani tarjoaa alkuvaiheessa työskentelytilat.

4.2 Yhteistyökumppanit

Koska en voi samanaikaisesti valmistaa tuotteitani ja myydä niitä, en ainakaan samassa liiketilassa, en voi siten myymälän aukioloaikana valmistaa niitä. Mitä pidemmät aukioloajat yritykselläni on, sitä vähemmän aikaa minulla on tuotteitteni valmistamiseen. Siksi olen suunnitellut tavoittavani enemmän asiakkaita yhteistyökumppanuuden avulla.

Asiakkaitteni palvelun varmistamiseksi olen neuvotellut paikallisen käsityö/kukkakaupan kanssa kehystystyön myynnistä. Toimitan tähän paikalliseen puotiin mallikulmat käyttämistäni kehyksistä ja puoti saa myydä palveluani. Aivan aluksi on pidettävä pieni koulutus käsityö/kukkakaupan henkilökunnalle kehyksistä ja kehystämisestä. Kehystystyön tilaajilta täytyy aina ottaa yhteystiedot, jotta voin puhelimitse selvittää, jos tulee jotain ongelmia tai kysymyksiä. Samassa myymälässä on myynnissä keramiikkaani. Tarkoitukseni on aktiivisesti etsiä uusia jälleenmyyjiä ja kauppia joissa voin tehdä sopimuksen myyntitilistä. Minä saan näkyvyyttä tuotteilleni ja kauppias saa tuotteitani valikoimiinsa, mutta hän maksaa minulle vain myydyistä tuotteista.

Olen sopinut kahden taidegallerian kanssa materiaalin vaihdannasta. Minä kehystän heille ja he antavat minulle kehyslistaa. Näin saan arvokkaimmat listat ilman toimitusmaksuja ja hukkapaloja. Toisesta galleriasta saan siivota pois pienet lasinpalat ja

paspat sekä pohjapahvit. Lisäksi saan kerätä kaikki kehystyksestä jääneet listanpalat. Heillä ei ole aikaa etsiskellä sopivia paloja, mutta minulla on.

Suuri osa liikevaihdosta tulee anniskeluravintoloiden remontoinnin yhteydessä uusittavista kehyksistä. Tarkoituksena on, toiminnan vakiinnuttua saada tarjouskilpailujen kautta suurempia sarjoja tehtäväksi. Ravintolaremontin yhteydessä uusitaan aina anniskelupaikan taulut. Jokainen saneeraus tuo 70 – 150 kehystettävää työtä neljästä kuuteen kertaan vuodessa. Yhteistyökumppanini on yritys, jolla on vuosien kokemus ravintolamiljöön uusimisesta ja tilauksia on aina pariksi vuodeksi eteenpäin. Lama saattaa syventyä, mutta monet ravintolat sisustetaan uudelleen ja pinnat uusitaan muutaman vuoden välein. Jokainen remontti tarkoittaa jatkuvuutta minun liiketoiminnalleni.

4.3 Kilpailijat

Yritys ei yleensä ole markkinoilla yksin, vaan markkinoilla oleva kysyntä luo kilpailua. Aloittavan yrityksen ei kannata yrittää miellyttää kaikkia, vaan täytyy löytää oma erikoistumisalue ja lähtökohta kilpailuedun rakentamiselle. Markkinarako tarkoittaa asiakasryhmää, jonka tarpeet yritys haluaa tyydyttää. Voi olla, että asiakasryhmän tarpeita eivät kilpailijat pysty tyydyttämään, tai ryhmä ei kiinnosta muita yrityksiä. Onnistuneen markkinaraon avulla yritys voi saavuttaa huomattavan kilpailuedun. (Bergström & Leppänen 2011, 81.)

Ostajilla on rajallisesti aikaa ja rahaa joten periaatteessa kaikki yritykset kilpailevat ostajien vapaa-ajasta ja euroista. Polypolissa kilpailijoita on paljon, oligopolissa harvoja ja monopolissa yrityksellä ei ole kilpailijoita. Yritykset pyrkivät erilaistamaan tuotteensa ja siten takaamaan suuremman vapauden markkinoilla. (Bergström & Leppänen 2011, 84.) Oma yritykseni Kraami edustaa markkinarakenteeltaan lähinnä oligopoli-tyyppistä rakennetta, jossa markkinoilla on muutamia kilpailijoita.

Taulukko 1 Kilpailun tyypit eli markkinarakenteet (Bergström & Leppänen 2011, 84).

	Tuotteiden samankaltaisuus	Yritysten määrä	Yritysten toimintavapaus
Monopoli	korvaamattomia	yksi	suuri
Oligopoli	samanlaisia, erilaisia, erilais-tettuja	harvoja	vähäinen, suurehko
Polypoli	samanlaisia, erilaistettuja	paljon erilaisia	olematon, pienehkö

Kilpailu voi olla rauhallista tai aggressiivista. Yritykset pyrkivät selviytymään markkinoilla erilaisten kilpailuroolien avulla. Näitä rooleja ovat markkinajohtaja, haastaja, jäljittelijä sekä erikoistuja. (Bergström & Leppänen 2011, 84.)

Markkinajohtajalla, *market leaderilla* on hyvä imago, suurin markkinaosuus ja tunnetut tuotemerkit. Haastajalla on näkyvä ja usein hyökkäävä markkinointitapa. Jäljittelijän toiminnasta puuttuu omaleimaisuus eikä se yleensä pysty vastaamaan kilpailuun. Jäljittelijä houkuttelee asiakkaita kilpailijoita alhaisemmilla kustannuksilla ja hinnoilla. Erikoistuja panostaa omaleimaisuuteen ja kapeaan markkinarakoon. Erikoistuja saattaa saavuttaa hyvän markkina-aseman jos se onnistuu laajentamaan toimintansa alkuperäisen asiakasryhmän ulkopuolelle. (Bergström & Leppänen 2011, 85).

Yrityksen täytyy tunnistaa kilpailuetunsa ja ymmärtää, että todellisia etuja ovat vain ne, joita asiakkaat pitävät etuina. Kilpailuetu voi olla taloudellista eli hinnalla kilpailua, toiminnallista tai imagollista. Toiminnallisen kilpailuedun tuotteet ovat ylivoimaisia esimerkiksi materiaalin, ulkonäön tai suunnittelun ansiosta. Imagollinen etu saattaa olla mielikuva tuotteen tai yrityksen merkin, palvelun tai maineen arvostamisesta korkealle. (Bergström & Leppänen 2011, 87.)

Oman yritykseni Kraamin merkittävimmät kehystystyön kilpailijat ovat Pirkanmaan alueen taidekehystämöt, erityisesti Vammalassa oleva taidekehystämö. Kehystystä tarvitsevat mouhijärveläiset asiakkaat hakeutuvat Vammalan lisäksi Kankaanpäähän, Ikaalisiin, Tampereelle tai Poriin. Heitä palvelemaan lähimpään kehystämöön on matkaa noin 30 kilometriä. Lähes jokaisen taidekehystämön yhteydessä on myynnissä ja näytteillä arvotaidetta, paikallisten tekijöiden ja nimekkäiden taiteilijoiden töitä. Minä ajattelen, että omien kehystettävien töiden tahatonkin vertailu näkyvillä oleviin

taideteoksiin saattaa tuntua ikävältä. Asiakkaan on rennompaa astua sisälle minun matkailun kynnyksen yritykseeni ja hän saa ammattitaitoista palvelua ja kehystystyötä.

Valmiskehysten myynnin osalta kilpailijoita Kraamille ovat alueen suurimmat marketit ja lahjatalot, kuten Häijään ja Huittisten Säästömarketit ja lähialueen Tokmanit. Useissa valokuvaamoissa on jonkin verran kehystyspalveluja ja myynnissä on erityisesti valokuvakehyksiä.

Sastamalan läheisyydessä on muutamia pieniä savipajoja. Näistä yksi on Mouhijärvellä, samoin Vesilahdella, Huittisissa on kaksi ja Tampereella on muutama. Näiden kanssa yritykseni kilpailee samasta asiakaskunnasta. Kuitenkin jokaisella paikkakunnalla ja yrityksellä on ominaispiirteensä, jotka oman yritykseni on hyödyllistä ottaa huomioon. Mouhijärvellä on paljon erilaisia keramiikan kursseja ja koulutusta, kehystyskursseja ei tietääkseni kuitenkaan järjestetä. Vesilahdella valmistetaan paljon keraamisia lahjaesineitä, kun taas Huittisissa tehdään yrityslahjoja ja taidekeramiikkaa. Tampereella tehdään paljon käyttökeramiikkaa dreijaamalla ja valamalla.

Olen tutustunut näihin edellä mainittuihin Sastamalan ja sen lähiympäristön keramiikan valmistajiin ja olen tullut siihen tulokseen, että minun yritykseni tuotanto ja tuotteet poikkeaa näistä. Melkein jokaisella keraamikolla on erilainen kädenjälki, eli oma ja usein toisista erottuva sekä tunnistettava tyyli. Mielestäni minun töissäni on sellaista riemua ja huumoria, mitä ei välttämättä näy yhdenkään toisen keraamikon töissä.

4.3.1 Kilpailijoiden benchmarking

Tässä opinnäytetyössä päätin käyttää benchmarking-vertailua. Benchmarking-termiä ei ole suomennettu, mutta kirjallisuudessa benchmarkingista on käytetty sellaisia termejä kuin esikuva-analyysi, vertailukehittäminen tai kokemusten siirto. Benchmarking on siis menetelmä, jolla kerätään ja vertaillaan tietoa. Vertailusta saatuja tuloksia käytetään oman toiminnan parantamiseen. Benchmarkingin tarkoituksena ei ole jäljitellä tai kopioida toisten toimintaa vaan tavoitteena on oppia ja soveltaa hyviksi osoittautuneista ratkaisuista saatua tietoa oman yrityksen toimintaan ja työku-

tuuriin. Kilpailija-benchmarkingista hyötyvät molemmat osapuolet ja tuloksena voi syntyä yhteistyömahdollisuuksia. Nykyisin monet yritykset voivat olla kilpailijoita ja samalla yhteistyökumppaneita. (Vuorinen 2013, 159.)

Toteutin benchmarking-vertailua omaa aloittavaa yritystäni Kraamia varten siten, että vierailin kolmessa eri keramiikkaesineitä valmistavassa savipajassa ja kahdessa kehystämössä. Valitsin vertailuuni yrityksiä, jotka ovat kooltaan tai valmistamiensa tuotteiden perusteella hyvin samankaltaisia kuin oma, aloittava yritykseni. Tunnen kaikki vertailussa olleet yritykset ja niiden liiketoiminnan erittäin hyvin. Olen työskennellyt muutamassa tai tehnyt opintoihin kuuluvaa harjoittelua ja jokaisessa olen ollut asiakkaana. Vertailussa ovat Tampereen Saviseppo Tampereelta, Tainan Savipaja Sastamalasta ja Keramiikkapaja Kruuku Huittisista. Taidekehystämöistä vertailussa ovat mukana Taide ja Kehys Räikkälä Kankaanpäästä ja Kehysliike Tarja Pälä Sastamalasta. Taulukossa 2 on esitettynä vertailussa mukana olleiden kilpailijoiden heikkoudet ja vahvuudet.

Taulukko 2 Kraamin kilpailijoiden benchmarking-vertailu. (Itävaara 2016.)

	Tampereen Saviseppo	Tainan Savipaja	Keramiikkapaja Kruuku	Taide ja Kehys Räikkälä	Kehysliike Tarja Pälä
vahvuudet	pitkä kokemus, ammattitaito, asiakaspalvelu	rakukeramiikka, kurssit, asiakaspalvelu	dreijaus, valusavi, kurssit	pitkä kokemus, sijainti, ammattitaito, laaja valikoima	edullinen hintataso, ammattitaito
heikkoudet	yrittäjän ikä, tuotteiden laatutaso vaihtelee	hinnoittelu	ideointi, yrityksen huono sijainti	hinnoittelu	asiakaspalvelu, hitaus, mainonta
muu liiketoiminta	ei ole	on aputoiminimi	puutyöt, kynttilät, sivutoiminen yrittäjä	mosaiikki, taidetarvikkeet, taidegalleria	taidetarvikkeet, taidegalleria
tuotteet	apumuottien käyttö, huumori	persoonattomia, myös tarvikkeita	eläinfiguurit, jouluseimi	laaja kehysvalikoima	puulistat
markkinointi	ei mainosta, ei www-sivuja	www-sivut, facebook, lehtimainos	www-sivut, facebook	www-sivut, facebook	ei www-sivuja, lehtimainos

Benchmarking-vertailun tuloksista laatimani taulukon (Taulukko 2) informaatiota on karsittu liikesalaisuuksien vuoksi, mutta jo näin pieni vertailu paljastaa yrityksistä monia seikkoja, joita voin hyödyntää liiketoimissani. Tunnen yritykset ja vertailussa mukana olleet yrittäjät, ja voi nähdä taulukosta heti, että minun ei kannata yritystoiminnassani keskittyä keramiikkakurssien pitämiseen. Vertailusta voin päätellä, että me kaikki vertailussa mukana olleet yrittäjät voisimme tehdä yhteistyötä mainonnassa ja markkinoinnissa.

5 ALOITTAVAN YRITYKSEN RISKIT

Riski yritystoiminnassa voi olla liiketoiminnan tappion uhka, vahingon tapahtuminen tai jonkun vaaran toteutuminen. Liikeriskejä ovat esimerkiksi lakot, kilpailijoiden toiminta, yrityksen kannattavuus ja tekniset riskit. Nämä riskit ovat usein kertaluonteisia ja niihin on vaikea varautua tai hankkia vakuutusta. Omaisuusvahinkoja ovat tulipalot tai vesivahingot, erilaisten luonnonmullistusten seurauksena syntyneet vahingot ja kone-, kuljetus- ja liikennevahingot. Muita riskityyppejä ovat rikokset, keskeytys- ja riippuvuusvahingot, henkilöriskit ja vahingonkorvausvaatimukset. (Raatikainen 2012, 102.)

Riskianalyysin avulla yritys voi tunnistaa ja arvioida riskinsä ja miettiä keinot riskeiltä suojautumiseen. Riskien välttämiseksi hyvä keinoja ovat, esimerkiksi viallisten laitteiden korjaus tai hävittäminen ja varashälyttimien asentaminen. Riskejä voi pienentää ja joskus riskin voi jakaa. Näiden omien toimien lisäksi yritys voi ottaa erilaisia vakuutuksia ja siirtää riskejä vakuutusyhtiölle. Joskus voi tietoisesti ottaa riskin ja kantaa vastuun itse. (Raatikainen 2012, 106.)

Aloittavaa yritystäni Kraamia kohtaava merkittävin riski on oman terveyteni pettäminen, tai perheenjäsenen sairastuminen. Perheeni on vahvasti tukemassa yrityshankettani ja olen jo opettanut yhdelle lapsistani kehystämistä. Uskon, että yritykseni kestää kohtuulliset sairauspäivät, eikä toiminta vaarannu. Riskinä on yhteistyökumppanien toiminnan päättyminen, tai yhteistyöhön voi tulla muita ongelmia. Tämän ris-

kin pienentämiseksi aion hankkia raaka-aineita ja materiaaleja useilta eri toimittajilta. Hintojen vertailun ja kilpailuttamisen avulla saatujen taloudellisten hyötyjen lisäksi hajauttamisen avulla voi varmistaa oman toiminnan jatkumisen keskeytymättömänä, vaikka joku toimittajista yllättäen lopettaa.

Talouden taantuma ja laman syveneminen vaikuttavat yrityksen menestykseen. Kuluttajat ostavat vain välttämättömiä tuotteita ja karsivat muita hankintoja. Vaikka Kraamin tuotteilla ei tyydytetä ihmisen perustarpeita, niin mummot haluavat aina muistoja lapsukaisista. Jo Kraamin yritysidea kehitellessäni olen saanut kolme yritykselleni merkittävää kumppania. Aion olla aktiivinen, panostan tuotesuunnitteluun ja mietin uusia yhteistyökuvioita.

5.1 SWOT- analyysi

Yrityshankkeen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia voidaan arvioida SWOT-analyysillä. SWOT on arviointi-, tilanne- ja kehitysanalyysi. SWOT-analyysin nimi tulee englanninkielisistä sanoista *strengths* (vahvuudet), *weaknesses* (heikkoudet), *opportunities* (mahdollisuudet) ja *threats* (uhat). (Lindroos & Lohivesi 2010, 219.)

SWOT on hyvä yleisesti käytetty väline liikeidean ja yrityksen toimintaympäristön kriittiseen arviointiin. Tätä analyysia voi käyttää myös tuotteen mahdollisuuksien tarkasteluun ja itseanalyysiin. Analyysi esitetään usein niin, että vahvuudet ja heikkoudet ovat yrityksen sisäisiä tekijöitä ja mahdollisuudet ja uhat ulkopuolisia ja tulevaisuudessa mahdollisesti tapahtuvia tekijöitä. Toimintaympäristö ja tulevaisuus luovat siis uhkia, mutta ne tuovat silti myös mahdollisuuksia. (Meretniemi & Ylönen 2009, 34.)

Hyvän SWOTin tekeminen edellyttää analysoitavan organisaation syvällistä tuntemista ja sen avulla yritysjohto löytää pari keskeistä teemaa, joihin täytyy keskittyä. Jos ei tee yksityiskohtaisia ja perusteellisia pohjatöitä tai listaa liian monia asioita, niin analyysistä saattaa kerätä vain latteuksia ja itsestäänselvyyksiä. SWOTin löydöksen avulla organisaatiossa voidaan vielä vahvistaa ja käyttää hyväksi vahvuuksia

ja välttää, poistaa tai lieventää heikkouksia. Mahdollisuuksia voi hyödyntää ja uhat voi kääntää mahdollisuuksiksi. Vertailtavat seikat valitaan aina subjektiivisesti, joten SWOTissa joku asia voi esiintyä samanaikaisesti sekä hyvänä että huonona. (Vuorinen 2013, 89.)

Taulukko 3 Kraamin SWOT-analyysi. (Itävaara 2016.)

<i>Vahvuudet:</i> Palava halu ja ammattitaito Valmiit verkostot Pienet perustamiskustannukset ja työkä- lut olemassa Matala kynnys Liikeidea Kokonaisvaltainen näkemys liiketoimin- nasta	<i>Heikkoudet:</i> Sijainti Pienet tilat Yhden hengen varassa toimiva (katkok- set toiminnassa voi katkaista asiakassuh- teita)
<i>Mahdollisuudet:</i> Koulutus Uudet yhteistyökumppanit Perheenjäsenen valjastus Ei sido liikaa pääomia Nettimyynti Muilla ei ole vastaavaa yritystä	<i>Uhkatekijät:</i> Kumppanien tulevaisuus Oma terveys Hintakilpailu Pienet markkinat

5.2 Tulevaisuuden näkymät

Aloittavan yritykseni Kraamin tulevaisuus vaikuttaa lupaavalta. Pienet työskentelyti-
lat ovat hieman sivussa asiointikeskuksista, mikä on ehdottomasti huono asia asia-
kassuhteiden luomisen kannalta. Koska yritykseni ei voi tarjota pitkiä aukioloaikoja,
eikä sijainti ole paras mahdollinen, niin Kraamin täytyy olla internetistä helposti löy-
dettävä ja asiakkaita houkutteleva kauppapaikka. Uskon, että jo yrittäjätaipaleeni al-
kupuolella tavoitan ne asiakkaat, jotka kykenen palvelemaan.

Aloitan yritykseni toiminnan varovaisesti. Etenkin toimitilat, maltillinen materiaalien
hankinta ja opiskeluni asettavat rajoja. Siiten, kun olen valmis kehystysartesaani ja
minulla on muotoilijan tutkinto suoritettuna, ja minulla on vähintään parin vuoden
tuntuma omasta kehystämöstä ja savipajasta, voin miettiä uusia ergonomisia liiketilo-

ja. Uskon vakaasti, että menestyn yritykseni liiketoiminnassa. Minulla on paljon ideoita ja aion niitä myös toteuttaa.

6 ALOITTAVAN YRITYKSEN TALOUDEN SUUNNITTELU

Yritys tarvitsee päätöksentekoa varten täsmällistä tietoa taloudestaan ja päätöksenteon perustana on yrityksen taloutta kuvaavat raportit. Yrityksen ulkoiset raportit kiinnostavat ja niitä myös tarvitsevat monet muut tahot: tavarantoimittajat, pörssisijoittajat ja osa luotonantajista. Näiden taloutta kuvaavien tietojen tuottamisesta vastaa yrityksen taloushallinto. Taloushallinnon tehtävänä on järjestää yrityksen lakisääteinen kirjanpito ja tuottaa kirjanpidosta tilinpäätös ja muita talousraportteja. Kirjanpidon järjestämiseen, tiinpäätöksen sisältöön ja julkistamiseen on kansallisen lainsäädäntömme lisäksi säädöksiä myös Euroopan yhteisöjen yhtiöoikeudellisissa direktiiveissä. Kirjanpitoa ja tilinpäätöstä koskevat perussäännökset ovat kirjanpitolaissa ja -asetuksessa. Tilinpäätös on pakollinen, julkinen ja määrämuotoinen. (Kinnunen ym. 2005, 11.)

Kirjanpitovelvollisuus koskee kaikkia liikkeen- ja ammatinharjoittajia. Kirjanpitoa pidetään liike- tai ammattitoiminnasta ja kirjanpitoon merkitään ne tapahtumat, jotka liittyvät elinkeinotoimintaan. Kirjanpidon tehtävänä on pitää erillään liikkeen- ja ammatinharjoittajan elinkeinotoiminta ja yksityistalous. Kirjanpidossa on noudatettava hyvää kirjanpitotapaa. Elinkeinotoiminnan verotus perustuu kirjanpitoon ja arvonlisäveroa maksetaan elinkeinotoiminnan myyntitulojen perusteella. Tuloveroa maksetaan elinkeinotoiminnan tuloksesta, johon on tehty verolakien mukaiset oikaisut. (Verohallinnon www-sivut 2016.)

Normaalisti kirjanpitovelvollisen on pidettävä kahdenkertaista, suoriteperusteista kirjanpitoa, jokaisesta liiketapahtumasta merkitään sekä rahan lähde että rahan käyttö. Kirjanpitolain mukaan liikkeen- ja ammatinharjoittaja voi pitää yhdenkertaista kirjanpitoa, jos laissa määritellyt edellytykset täyttyvät. Tilikausi on silloin kalenterivuosi. Kirjanpitoon kirjataan saadut tulot sekä maksetut menot, korot ja verot. Myös tavaroiden ja palvelujen oma käyttö merkitään kirjanpitoon. Yhdenkertaisessa kir-

janpidossa tilitapahtumat kirjataan maksupäivän mukaisesti ja aina tilikauden päättyessä laaditaan kirjanpidon perusteella tilinpäätös. Tilinpäätökseen kuuluvat tuloslaskelma, tase liitetietoineen ja tase-erittelyt. Kahdenkertaista kirjanpitoa pitävän on laadittava tilinpäätös 4 kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. Yhdenkertaista kirjanpitoa pitävän liikkeen- tai ammatinharjoittajan tarvitsee laatia tilinpäätös, jos kahdella perättäisellä tilikaudella ylittyy kaksi seuraavista rajoista:

1. taseen loppusumma 350 000 euroa
2. liikevaihto 700 000 euroa
3. tilikauden aikana palveluksessa keskimäärin 10 henkilöä. (Verohallinto 2016.)

Aloittavan yrityksen Kraamin kirjanpidon aion tehdä kahdenkertaisena, vaikka toiminimen kirjanpito olisi mahdollista toteuttaa yhdenkertaisena. Kirjanpitäjänä olen tutustunut erilaisiin kirjanpito-ohjelmiin ja olen saanut tehdä erilaisten julkisten ja yksityisten yritysmuotojen sekä kirjanpitoja että tilinpäätöksiä. Suurin osa kirjanpito-ohjelmista tekee kirjaukset kahdenkertaisina. Kirjauksen debet puoli kertoo, mihin rahaa on käytetty ja kredit-puoli, mistä raha on tullut. Kirjaukset tehdään molemmille puolille yhtä suurina ja kirjanpito-ohjelma ilmoittaa heti, jos jompikumpi puoli erottaa. Kahdenkertainen kirjanpito on suoriteperusteista, siinä liiketapahtuma kirjataan menoksi kun hyödyke tai tapahtuma vastaanotetaan ja tulo kirjataan kun luovutuksen tapahduttua.

Kirjanpito ja tilinpäätös tulee laatia niin, että ne ovat vertailukelpoisia edellisiin tilikausiin. Kahdenkertaisena aloitettu kirjanpito on helppo tarvittaessa siirtää tilitoimistolle tehtäväksi. Oman yrityksen yhtiömuodon voin tulevaisuudessa vaihtaa ja sen takia olisi pakko luopua yhdenkertaisesta kirjanpidosta. Lisäksi kahdenkertaisesta kirjanpidosta saadaan tilinpäätöksessä myös tase. Laskelma kertoo yrityksen omaisuuden ja velkojen arvon tilinpäätöspäivänä ja taseen tiedot voivat olla erittäin tärkeitä, jos joudun käyttämään ulkopuolista rahoitusta.

Tilinpäätös, toimintakertomus, kirjanpidot, tililuettelo sekä luettelo kirjanpidoista ja aineistoista on säilytettävä vähintään 10 vuotta tilikauden päättymisestä. Muu kirjanpitoaineisto on säilytettävä vähintään 6 vuotta sen vuoden lopusta lukien, jonka aika-

na tilikausi on päättynyt. Kahdenkertaisen kirjanpidon pitäjällä tilikauden ei tarvitse olla kalenterivuosi. Tilikautta voi myös muuttaa. Kun toimintaa aloitetaan tai lopetetaan tai tilinpäätöksen ajankohtaa muutetaan, tilikauden pituus voi olla pitempi tai lyhyempi kuin 12 kuukautta. Tilikauden enimmäispituus on 18 kuukautta. Jos kirjanpitovelvollisella on useita liikkeitä, tulee kaikilla liikkeillä olla sama tilikausi. Yhdenkertaista kirjanpitoa pitävän liikkeen- ja ammatinharjoittajan tilikausi on aina kalenterivuosi. Kun liikkeen- tai ammatinharjoittaja aloittaa tai lopettaa toiminnan, tilikausi voi silloin olla tilapäisesti lyhyempi. Verovuosi on kalenterivuosi. Jos tilikausi on muu joku kuin kalenterivuosi, verovuosi on se tilikausi tai ne tilikaudet, jotka ovat päättyneet kalenterivuoden aikana. Veroa maksetaan verovuonna saadusta tulosta. (Verohallinnon www-sivut 2016.)

Aloittavassa yrityksessäni Kraamissa teen aluksi kirjanpidon itse. Hoidan itse myös laskutuksen ja saatavien perinnän. Tarkkailen itse toiminnan tehokkuutta ja kannattavuutta. Punaisena lankana on liiketoiminnan kehitys ja menestys verrattuna kilpailijoihin. Tilitoimistoyhteistyön aloitan heti, kun en töiltäni enää ennäätä tehdä kirjauksia. Minulla on käytössäni oma tietokone ja taloushallinnon ohjelmat.

6.1 Investoinnit ja rahoitus

Investointien avulla luodaan yritystoiminnalle puitteet. Investoinnit ovat rahoitus- tai reaali-investointeja. Perusinvestointi eli investoinnin hankintameno, tarkoittaa kaikkia investoinnin käyttöönottokustannuksia. (Alhola & Lauslahti 2006, 53.)

Olen valmistanut keramiikkatuotteita monta vuotta ja kehyksiä olen kasannut vielä kauemmin. Innokkaana harrastajana olen ostanut oikeastaan kaiken, mitä pienimuotoisen yritystoiminnan käynnistämiseksi tarvitsen. Minulla on kaikki tarvittavat perustyövälineet. Mikäli kaikki markkinointistrategiani onnistuvat, tavoitan ostavia asiakkaita ja liikevaihtoni kasvaa riittävästi, niin sitten on aika investoida. Ostoslistalla on aluksi yksi raku-uuni, keramiikan lasitustilan viemäriin asennettava suodatin ja pienet muutostyöt tulevissa liiketiloissa. Näiden välttämättömien työvälineiden lisäksi aion hankkia paineilmalla toimivan listaleikkurin ja paineilmakompressorin. Leikkurin voin ostaa käytettynä.

Taulukko 4 Aloittavan yrityksen investointilaskelma. (Itävaara 2016.)

Investoinnit	€
Pitkäaikaiset	
Rakennukset/toimitilat/vuokrat	
Koneet/ohjelmat	1 500
Laitteet/kalusteet	700
Asennukset, muutostyöt ym.	1 000
Muut kulut	
INVESTOINNIT YHTEENSÄ	3 200

Oman toiminimen perustamisessa on pakollisia kuluja ainoastaan kaupparekisteri-ilmoituksen maksaminen. Raaka-aineita hankin hyvin vähän, koska on vaikea ennakoita, mitä kehystysasiakkaat tarvitsevat ja haluavat. Keramiikan valmistamiseen tarvittavat raaka-aineet ovat edullisia, mutta kehyslista on arvokkaampaa.

Taulukko 5 Aloittavan yrityksen käyttöpääoman tarve. (Itävaara 2016.)

Käyttöpääoma	€
Kulut ennen toiminnan aloittamista	
Perustamiskulut (kaupparekisteri-ilmoitus)	110
Raaka-aineet	500
Muut kulut	200
KÄYTTÖPÄÄOMA YHTEENSÄ	810

Taulukko 6 Aloittavan yrityksen pääoman tarve. (Itävaara 2016.)

Pääoman tarve	€
Investoinnit	3 200
Käyttöpääoma	810
Kustannusylitysvaraus (30 %)	1 203
PÄÄOMAN TARVE YHTEENSÄ	5 213

Investoinnit rahoitan omilla säästöilläni. Kustannusylitysvaraus laskelmassa on tarkoitettu mahdollisten yllättävien tai ennalta arvaamattomien kulujen kattamiseen.

6.2 Kannattavuuslaskelma

Kannattavuus tarkoittaa yrityksen voitontuottokykyä. Kun yrityksen tuotoista vähennetään yrityksen kulut, saadaan selville yritystoiminnan tulos. Kannattavan yrityksen tulos on positiivinen. Kannattavuutta ei voi osoittaa pelkästään tuloslaskelman voittoa osoittavalla summalla, vaan täytyy laskea tuottojen ja kulujen suhde, voittoprosentti. Yrityksen kannattavuuden määrittelemiseksi on monia erilaisia tunnuslukuja. Voittoprosentin lisäksi voidaan laskea liikevoittoprosentti, joka tarkoittaa liikevoiton suhteuttamista liikevaihtoon ja käyttökateprosentin selvittämiseksi täytyy ensiksi laskea käyttökate, eli liikevaihtoon lisätään poistot ja yhteenlaskettu summa suhteutetaan liikevaihtoon. Näiden lisäksi kannattavuutta mitataan oman ja sijoitetun pääoman tuottoprosenteilla. (Alhola & Lauslahti 2006, 163–172.)

Alustavassa kannattavuuslaskelmassani, joka on liitteenä 1, tarkastelen sitä laskutus-tarvetta, millä tulisin toimeen perustettuani yritykseni. Laskelmassani on tavoitetulos, joka minun tulisi saavuttaa, jotta saisin toimeentuloni tällä yritystoiminnalla. Kuukausitavoitteeksi asetin nettotuloksi 1 200 euroa. Laskelman mukaan kuukauden kokonaismyyntini pitäisi olla 2 542 euroa. Tämä summa sisältää nettotulon lisäksi arvonlisäveron, materiaaliostot, kiinteät kulut ja verot. Vuositasolla tavoiteltava kokonaismyynti olisi 30 505 euroa.

Laskutustarpeen selvittämisen lisäksi taulukosta selviää, että jos vuorokaudessa teen 5 tuntia laskutettavaa työtä, niin laskutushinnan pitäisi olla 28 €/tunti. Tutkin myös ravintolasaneerausten jälkeen tehtävän taulujen kehystystyön vaikutusta laskutustarpeeseeni. Urakka tietenkin pienentää tuntihintaa, mutta on vaikea arvioida, kuinka monta ravintolaa remontoidaan vuosittain ja montako taulua niissä on.

7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia liikeidean kannattavuutta. Työn tavoitteena oli selvittää, onko Tmi Kraami kannattavaa perustaa. Opinnäytetyön tavoitteisiin pyrittiin seuraavien kysymysten avulla:

1. Mikä on yrityksen liikeidea ja visio?
2. Millainen markkina-asema perustettavalla yrityksellä on?
3. Onko perustettava yritys toiminnaltaan kannattava ja mitkä ovat perustettavan yrityksen riskejä?

Opinnäytetyö perustui laadulliseen tutkimusmenetelmään, jossa kohdetta analysoitiin tapaustutkimuksen keinoin.

Johtopäätökset

Olin jo pitkään pohtinut taidekehystysliikkeen perustamista ja artesaaniopintojen aikana innostuin keramiikasta niin, että halusin ehdottomasti savesta muotoilun mukaan yrityshankkeeseen. Sastamalassa ei ole toiminnassa yhdistettyä taidekehystys-savipajaa. Juuri tällä idealla toteutettua yritystä en löytänyt koko Suomesta. Varmasti on taitavia käsityöläisiä, jotka kehystävät ja valmistavat vähäisiä määriä keramiikkaa, mutta toimivia yrityksiä en tällä yhdistelmällä ole löytänyt. Yhdistämällä siis kaksi näin huonosti yhteen sopivaa toimintaa, saan laajemman ostavan asiakaskunnan. Voin myös suunnitella ja valmistaa kehystettyjä keramiikkatuotteita. Tarvittaessa voin vaihtaa toiminnan painopistettä, keskitynkö keramiikkaan vai kehyksiin. Suurimmat hyödyt ovat pienet aloituskustannukset ja vähäinen investointitarve. Yhdeksi hyödyksi lasken monipuoliset työskentelyasennot.

Minulle oli koko ajan ollut selvä asia, että haluan työllistää itseni ja haluan valmistaa tuotteeni käsityönä. Olen työskennellyt vuosikymmeniä erilaisten yritysten taloushallinnon tehtävissä, mutta se ei ole sitä, mitä haluan tulevaisuudessa tehdä. Yritykseni yhtenä ideana oli helppous toiminnan aloittamisessa ja työssä viihtyminen. Selvitykseni perusteella kaikkien vertailussani mukana olleiden yritysten yrittäjät todella nauttivat tekemästään työstä. Kaikki yritykset olivat pieniä, yhden työntekijän yrityk-

siä ja liiketoiminnan avulla koetettiin hankkia perustoimeentulo, joko päätoimisena tai sivutoimisena yrittäjänä.

Haluan saada voimaa ja virtaa tekemästäni työstä. Yritykseni kannattavuus tarkoittaa minulle riittävää taloudellista turvallisuutta enkä tavoittele suuria liikevoittoja. Selvitykseni perusteella keramiikkapajan tai taidekehystämön perustaminen edellyttää ammattitaitoa ja halua oppia uutta. Opinnäytetyössäni vertailin yrityksiä, joissa oli säännöllisesti harjoittelijoita ja yrityksiä, jotka eivät halunneet ottaa harjoittelijoita. Harjoittelijoiden positiivinen vaikutus näkyi uusien tuotteiden ja ajatusten ideointina. Yrittäjällä on ammattitaito jonka voi siirtää eteenpäin, mutta opiskelijoilta voi saada kehitysideoita ja tietoja uusista suuntauksista, jos niin haluaa. Totesin, että keramiikka-alan yritys tarvitsee oman hyvän tuotteen tai tuotteiden lisäksi oman tyylin, joka näkyy valmistettavissa töissä.

Minulle oli tärkeätä miettiä kestäväää kehitystä ja kierrätysmateriaalien käyttöä tulevassa yritystoiminnassani eli miten von säästää luontoa ja miten saan materiaalit edullisesti ja mahdollisimman ekologisesti. Kehyksiä valmistetaan suomalaisesta puusta, mutta pääasiassa kehyslistat tehdään ulkomailla ja rahdataan Suomeen. Ideani käyttää muilta hukkapaloiksi jääneitä listoja yllätti muut kehystäjät. He eivät voisi toimia niin. Yrittäjältä kului heidän mukaansa liian kauan aikaa kehyspalojen etsimiseen ja sovitteluun. Totesin, että normaalissa taidekehystyksessä se pitää paikkansa, mutta minun yrityksessäni idea on usein toisin päin, kehyksiin etsitään tai valmistetaan työ. Näitä paloja voin käyttää erityisesti itse suunnittelemiini tuotteisiin. Oma kehyslistojen maahantuonti, ilman ylimääräisiä välikäsiä suoraan valmistajalta, osoittautui erinomaiseksi tavaksi erottua kilpailijoista. Kehyslistojen tukkumyyjiä on vain muutama ja kehystämöiden listavalikoimat ovat hyvin samanlaisia. Selvitykseni perusteella totesin, että saatan miettiä oman puulistan valmistamista tai ehkä muotoilen kehykset keramiikasta.

Keramiikan valmistuksessa käytetty savi valmistetaan teollisesti. Kotimaista savea käyttämällä voi erottua kilpailijoista, mutta se vaatii viitseliäisyyttä ja kärsivällisyyttä. Savi kaivetaan syksyllä ja se saa olla ulkona yhden pakkastalven, ennen kuin sitä voi käyttää. Savessa on epäpuhtauksia ja valmistuksessa on suuri epäonnistumisen riski. Saven voi käyttää uudelleen, jos sitä ei ole poltettu. Tosin liotuksessa massassa

liukenee erilaisia hienoja ainesosia veteen ja koska ylimääräinen vesi yleensä kaadetaan pois, niin saven koostumus muuttuu ja se taas voi aiheuttaa yllätyksiä poltoissa. Työ saattaa särkyä. Täytyy tarkasti miettiä, mitä tästä savesta kannattaa valmistaa.

Kun yrityksen tarkoituksena on elinkeinon lisäksi elämänlaadun parantaminen, niin etusijalla on se, mitä elämältä haluaa. Mielenrauhaa, levollisuutta ja käsillä tekemisen iloa ei voi rahassa mitata, mutta yrittäjän täytyy syödä. Todellinen, vakavasti otettava liiketoiminta ei voi olla ”puuhastelua”, mutta kyllä voi ja saa hullutella ja käyttää muilta pois viskattuja materiaaleja. Yrityksen perustajan täytyy ymmärtää mitä on liiketoiminta, täytyy etsiä markkinat, löytää oikeat asiakkaat ja hinnoitella tuotteet niin, että myyntihinta on juuri oikea. Liiketoiminta ja harrastustoiminta ovat kaksi eri asiaa.

Pienelle yritykselleni olisi laskelmieni mukaan mahdollista saavuttaa sellaiset markkinat, että uskaltaisin sen perustaa. Internetin, yhteistyökuvioiden ja verkostoitumisen avulla voisin tavoittaa ne potentiaaliset asiakkaat, jotka arvostavat Kraamille tärkeitä asioita. Edellä mainittujen keinojen lisäksi sain ristiriitaista tietoa käsityömessuihin osallistumisen hyödyistä asiakkaiden hankinnassa. Näyttäisi siltä, että messuille kannattaa ehdottomasti mennä, sitten kun on joku kysyntää saanut myyntiartikkeli. Täytyy suunnitella hyvä tuote ja tuotteistaa se. Mielestäni tässä olisi hyvä kehityskohde: Jos käsityöalan yrittäjä pitää alan messuja huonona vaihtoehtona tuotteiden myymiselle, niin miten pitää verkottua ja missä tuotteita voi esitellä ja myydä?

Yritystoiminnan aloittamisessa on aina riskejä, mutta jos perustaa yrityksen, jonka toimintaan uskoo, ja josta saa muutakin tyydytystä kuin rahan ansaitseminen, ja kun pitää taloudelliset riskit mahdollisimman pieninä, niin hallittu riski kannattaa ottaa. Selvitykseni perusteella Tmi Kraamilla on hyvät menestymismahdollisuudet ja pitkällä aikavälillä se voi harjoittaa tuloksellista yritystoimintaa.

Opinnäytetyössäni en käsitellyt eri yritysmuotoja, koska suunnittelin toiminimen perustamista. Toiminimi valikoitui yritysmuodoksi siksi, että se on helppo perustaa ja se antaa vapauden tehdä itsenäisiä päätöksiä. En miettinyt olisiko toiminta sivutoimista vai päätoimista, koska aloitan päätoimisena yrittäjänä. En myöskään pohtinut opinnäytetyössäni starttirahan merkitystä tai arvonlisäverovelvollisuutta. Opinnäyte-

työssäni ei käsitellä yrityksiä, jotka ovat aloittaneet toimintansa, mutta ovat joutuneet lopettamaan. Löysin kyllä yrityksiä, jotka olivat lopettaneet yrittäjän eläkkeelle siirtymisen tai vakavan sairauden seurauksena, mutta en onnistunut Sastamalasta tai sen ympäristöstä tavoittamaan yritystoiminnan kannattamattomana lopettaneita oman alani yrittäjiä.

Käsitteet ja aihealueet valittiin tapauksen mukaan. Lisäksi tutkittiin aihetta käsittelevää kirjallisuutta. Työssä esiintyviä käsitteitä ovat muun muassa liikeidea, visio, keramiikka, taidekehystys, kilpailijat ja SWOT-analyysi. Kaikki käsitteiden ja aihealueiden valinnat on perusteltu tapauksen ja kirjallisuuden avulla ja käsitteet on määritelty työssä.

Työn empiirinen osuus perustuu käytännön kokemuksiin ja havaintoihin keramiikka- ja kehystysalan yrityksissä. Selvityksen tuloksena kertyi tarvittava tieto, jota tarvitaan alan yrityksen perustamiseen. Nämä tulokset perustuvat teoriakirjallisuuteen ja case-yrityksestä saatuihin kokemuksiin, joten selvityksen tulokset ovat luotettavia. Tiedonkeruumenetelminä käytettiin tapaustutkimukselle tyypillisiä keinoja, havainnointia ja kokemuksella saatua tietoa. Erilaisten lähteiden avulla pystytään vahvistamaan ja osoittamaan tulosten luotettavuutta. On myös huomioitava, että laadullinen tutkimus ei pyri yleistettävyyteen vaan siirrettävyyteen. Siirrettävyys tarkoittaa, että tutkimustulokset ovat pitäviä vastaavanlaisissa tapauksissa ja se edellyttää tutkimuskohteen tarkkaa kuvausta. Lähtöoletusten avulla voi päätellä voiko tuloksia soveltaa oman yrityksen perustamiseen.

Opinnäytetyöprosessin aikana minua alkoi vaivata asia, jota kannattaa tulevaisuudessa tutkia. Yritys tarvitsee asiakkaita. Tunnen omat tuotteeni ja uskon niihin, mutta miten voisin vielä tehokkaammin saavuttaa potentiaaliset asiakkaat. En aio kasvattaa markkinointibudjettiani, joten on löydettävä keinot tehokkaan ja edullisen mainonnan toteuttamiseksi.

Luulen, että perehdyn erilaisiin blogeihin ja mahdollisesti koetan saada tuotteilleni sitä kautta näkyvyyttä. Netistä löytyy kirjoittajia, joilla on satoja tuhansia seuraajia. Internetmainonta nykymuodossaan ei vaikuta toimivalta. Itse en edes halua vastaanottaa mainoksia netissä, mutta haluaisin ehkä löytää niitä. Erilaisten tv-ohjelmien,

mainosten ja julkisuuden henkilöiden avulla tehtävä piilomainontaa ja tuotesijoittelua voisi miettiä oman yrityksen keinona tunnettavuuden lisäämiseksi. Kestävän kehityksen ja ekologisuuden ajatukset ja tavat toimia pitäisi näkyä markkinoinnissa ja positiivisen brändin rakentamisessa.

Mainonnassa ja markkinoinnissa ei osata hyödyntää yhteistyötä ja verkostoitumista. Markkinointiyhteistyö olisi mielenkiintoinen tutkimuskohde. Käsityöalan yrittäjät tekevät tahoillaan samoja asioita ja kilpailevat samoista asiakkaista. Uskon, että paljon suurempaa syntyy, jos tietoja vaihdetaan, resursseja yhdistetään ja yhteistyötä muutetaan mustasukkaisesta salailusta avoimempaan suuntaan.

LÄHTEET

Alhola, K., Lauslahti, S. 2006. Taloutta johtamista varten. Helsinki: Edita Prima Oy.

Bergström, S., Leppänen, A. Yrityksen asiakasmarkkinointi 2011, Edita Prima Oy, Helsinki.

Ceramic Arts Daily www-sivut. 2016. Viitattu: 19.4.2016.
<http://ceramicartsdaily.org/firing-techniques/raku-firing-techniques/marcia-selsors-tips-on-obvara-firing/>

Elinkeinoelämän keskusliiton www-sivut. 2016 Viitattu: 13.4.2016. <http://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>

Energiateollisuuden www-sivut. 2016. Viitattu: 2.4.2016. <http://energia.fi/energia-ja-ymparisto/ymparisto-ja-kestava-kehitys/yritysten-yhteiskuntavastuu>.

Eriksson, P., Koistinen, K. Monenlainen tapaustutkimus. Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisu 4:2005 Viitattu 10.4.2016.
https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/152279/Monenlainen_tapaustutkimus.pdf?sequence

Hesso, J., 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Vantaa: Hansaprint Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Itävaara, T., henkilökohtainen tiedonanto 22.4.2016.

Juslén, J., 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Hyödynnä uudet mahdollisuudet. Hämeenlinna. Talentum..

Kananen, J., 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammatti-korkeakoulu..

Kinnunen, J., Laitinen, E., K., Laitinen, T., Leppiniemi, J. & Puttonen, V. 2005. Mitä on yrityksen taloushallinto? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Koskennurmi-Sivonen, R. Tapaustutkimus. Viitattu. 13.4.2016. <http://www.helsinki.fi/~rkosken/tapaus>

Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2015 -selvitys. 06/2015. Taitoliitto / Käsi- ja taide-teollisuusliitto Taito ry. Viitattu: 5.4.2016. http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/kuvat/group/kannanotot_tiedotteet/Kasityo_ja_muotoilualanyrittaja2015_netti.pdf

Lindroos, J-E., Lohivesi, K., 2010. Onnistu Strategiassa. Helsinki: WSOY.

Mattison, S., 2003. Keramiikka materiaalit – tekniikat – työvälineet. Jyväskylä: Ate-na Kustannus Oy.

- Meretniemi, I., Ylönen, H., 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Otava.
- Mårtensson, E. 2002. Tee itse kehykset. Karkkila: Kustannus-Mäkelä Oy.
- Opas, H. 2010. Taito tehdä. Neulalla ja naulalla. Helsinki: WSOY.
- Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016. Suomen Uusyrityskeskukset ry:n digitaalinen verkkojulkaisu. Viitattu 19.4.2016.
https://issuu.com/prizztech/docs/perustamisopas_suk_2016_sahkoinen
- Raatikainen, L. 2012. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Ros i Frigola, M. D. 2008, Keramiikka. Tekniikoita ja innoituksen lähteitä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Perhemediat Oy.
- Salminen, J. 2011. Keramiikkakirja. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Sekki, A. & Niemi, M. 2016. Menesty yrittäjänä -68 käytännön ohjetta. Helsinki: Talentum Pro.
- Tilastokeskus. 2016. Teoreettinen viitekehys. Viitattu: 19.3.2016.
<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/02/03/>
- Wallner, L. 1990. Savesta keramiikaksi. Karkkila: Kustannus-Mäkelä Oy.
- Vehmas, S. 2008. Perusta menestyvä verkkokauppa. Porvoo: WSOY.
- Verohallinnon www-sivut. 2016. Viitattu: 26.3.2016. <http://www.vero.fi/>
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja 20 työkalua. Helsinki: Talentum.
- YritysEspoon www-sivut. 2014. Viitattu 19.4.2016.
<http://www.yritysespoo.fi/yrityksenperustaminen/tyokalupakki/attachment/kannattavuuslaskelmat/>
- Yritys-Suomen www-sivut. 2016. Viitattu 14.4.2016.
<https://www.yrityssuomi.fi/markkinointi>

LIITE 1

Tmi Kraamin alustava kannattavuuslaskelma

TAVOITETULOS (oma nettotulotarve)

+ Yrityslainojen lyhennys

= **NETTOTULOT**

+ Verot omasta tulosta

= **RAHOITUSTARVE (oma bruttotulo)**

+ Yrityslainojen korot

A = YHTEENSÄ

YRITYSTOIMINNAN KIINTEÄT KULUT (ilman alv):

yrittäjän eläkevakuutus (YEL) 1)

muut vakuutukset 2)

vuokrat + sähkö

markkinointi

puhelin, internet

matka/autokulut

kirjanpito

toimistokulut

koulutus

lehdet yms.

korjaukset

yrittäjän työttömyyskassamaksu 3)

muut mahdolliset kulut

B = KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ

A+B MYYNTIKATETARVE

+ Ostot (ilman alv) tavarakauppa, valmistus

= **LIKEVAIHTO**

+ Arvonlisävero (yleensä 24 % liikevaihdosta)

= **KOKONAISMYYNTI / -LASKUTUS**

Kuukaudessa	Vuodessa (12 kk)	
1 200	14 400	+ €
0	0	+ €
1 200	14 400	= €
240	2 880	+ €
1 440	17 280	= €
0	0	+ €
1 440	17 280	= €



282	3 383	+ €
17	200	+ €
17	200	+ €
10	120	+ €
10	120	+ €
20	240	+ €
	0	+ €
5	60	+ €
10	120	+ €
4	50	+ €
8	100	+ €
19	228	+ €
8	100	+ €
410	4 921	= €
1 850	22 201	= €
200	2 400	+ €
2 050	24 601	= €
492	5 904	+ €
2 542	30 505	= €

1) Työtulo 1200 €/kk. YEL% 21,10 → alennettu maksu 19,578% 4 vuotta. Yrittäjä yli 53 v.

2) Yritystoiminnan osuus liikennevakuutuksesta

3) 2,65 % työtulon 5800 euroa ylittävästä osasta

LASKUTUSTAVOITE

Kuukausilaskutustavoite (esim. 11 kk/v)

Päivälaskutustavoite (esim. 20 pv/kk)

Tuntilaskutustavoite (esim. 5 h/pv)

30 505	
2 773	= €/kk
139	= €/pv
28	= €/h

Ravintolaremonttitauluja 70 kpl x 4/v

= 280 kpl

Keskimääräinen koko 30 x 25 → listaa n. 1,20 m/taulu → 4 €/m → 3,60 €/taulu

Lasi + liimat + niitit + paspa ja pohjapahvi 2 €/taulu

Kustannukset: 5,60/taulu. (1568 €/v.)

Taulun myyntihinta on 50 euroa.

	euroa	
Myyntituotot (280 kpl *40,65)	11 382	
- Muuttuvat kustannukset	1 568	
=Katetuotto	9 814	Katetuotto% = 86,22

Varovaisesti arvioiden ravintolataulujen kehystys kattaa lähes kolmanneksen vuoden myyntitavoitteesta.

Muissa asiakastöissä kate on suurempi, koska materiaali on pääosin ilmaista, tai työllä ansaittua.

50 € x 70 = 3 500 €.

Laskutustavoite/v = 30505 - 3500 = 27005 €/v

27 005

= €/v

Kuukausilaskutustavoite (esim. 11 kk/v)

2 455

= €/kk

Päivälaskutustavoite (esim. 20 pv/kk)

123

= €/pv

Tuntilaskutustavoite (esim. 5 h/pv)

25

= €/h

(YritysEspoon www-sivut 2014.)